

洗衣机节能补贴正式实施

## 长沙袁先生买海尔洗衣机成首个获补贴用户

继空调、彩电之后,洗衣机、冰箱等节能产品补贴名录也于日前正式出台,至此,新一轮节能惠民工程全面启动,各地不断涌现抢购节能家电的热潮。

笔者了解到家住长沙的袁先生购买了一台1级能效的海尔水晶滚筒洗衣机。按照节能补贴政策,袁先生可获得节能补贴260元。袁先生买海尔洗衣机不仅享受节能补贴额度最高,而且也成长沙首个获洗衣机节能补贴的用户。

袁先生告诉笔者,“听朋友说海尔水晶洗衣机不错,不但安静,而且15分钟就能洗得干净。没想到竟然成为第一个获得补贴的人,能够补贴260元,很开心。”据了解,此次节能

补贴中,海尔洗衣机成为中标数量最多的企业,为准备选购洗衣机的消费者提供更多的实惠。

笔者了解到,作为连续三年蝉联全球第一的洗衣机品牌,海尔洗衣机总能在第一时间把握消费动向并研发出高品质产品。此次海尔洗衣机申报的节能产品全部中标,并在各地区受到了消费者的关注,充分显示了海尔洗衣机在节能领域的领袖实力。

同时,海尔洗衣机在日前中院组织开展的“2011年中国节能产品企业领袖榜”中,荣获“中国节能产品企业榜”第一名。

事实上,海尔洗衣机一直在节能产品研发上走在行业的前列,比如省水省电50%的

海尔双动力洗衣机,实现静音、节能的海尔水晶系列滚筒洗衣机……这些都是目前最受消费者欢迎的节能明星产品。

以海尔水晶系列滚筒洗衣机为例,值得关注的是其45分贝超低静音效果,远低于国家标准。随着节能补贴的全面实施,消费者不仅在购买节能领先产品时享受节能补贴,还能体验海尔洗衣机带来的全新洗衣体验。

在此次节能补贴新政中,节能补贴细则明确规定了节能产品的能效指标要求,政策更加聚焦“能效领先”产品。作为此轮节能产品中标最多的品牌,海尔洗衣机将继续凭借其节能等诸多领先优势,引领洗衣机行业的节能转型升级。



## 新型都市病:烟酒过度形成“烟酒体”

国人自古崇尚“无酒不成席”,要想“办得成事”,便免不了递烟送酒,烟酒消费往往会占到甚至超过整个饭局费用的一半。而且,烟酒浇筑会阻碍身体营养吸收和废物排出,加速毒素沉积,重痰一触即发。近年来猝死呈现出年轻化趋势,烟酒“当仁不让”成为帮凶。

烟酒成“办事”利器 职场人身不由己

假如饭局是个交际场所,那么烟酒便是一种交际媒介。但你可知道烟酒的危害吗?

吸烟20年的人,得肺癌死亡的危险性增加20位,吸烟者中年死亡的可能性是不吸烟者的3倍;喝酒的危害其实比抽烟更大。

早在2006年,世界卫生组织就将中国列为世界酒精“重灾区”,由酒精引起的死亡率和各种疾病的发病率均高于吸烟。世卫的数据统计,有60种疾病是由于饮酒不健康造成的。而我国每年死于酒精中毒的人数超过11万人,因酒致残人数超过273万人。

专家指出,酒精会直接危害人的肝脏,从而降低肝脏的解毒功能,还会消耗人体内的维生素



和矿物质,妨碍基本脂肪酸的新陈代谢。而香烟中含有的尼古丁会对肝脏中的代谢酶系统产生影响,释放的抗利尿激素阻碍代谢产物及时排出。

常饮邓老“现代凉茶”告别“烟酒体”

摆脱“烟酒体”的危害,光凭食物没法“吃快”新陈代谢。专家指出,配合邓老“现代凉茶”效果更好。烟草中含有尼古丁等各类毒素,邓老

凉茶的配方能够入血排毒,起到养生保健作用,而邓老凉茶配方中的白茅根,具有利尿作用,可以有效减少酒精在体内停留的时间,起到保护肝脏的作用。

2003年4月,中央电视台公布国家级中医大师、广州中医药大学终身教授邓铁涛推荐的一份预防SARS的药方,这份药方是在邓老凉茶配方上再添加了几味药配伍而成,事实证明对现代人的健康调养行之有效。

目前凉茶市场上销售的传统凉茶是根据几十年前甚至上百年的古人体质研制,偏重下火,但经过多年环境变迁、空调病、熬夜、烟酒、食品安全和辐射等社会问题和生活方式的影响,现代人的体质和古人相比已经有很大的不同。

中医讲究是对症下药,邓铁涛教授依据自己70多年的行医经验,针对烟酒过度等饮食习惯和体质特点,现代人快节奏、少锻炼的生活特征及现代社会环境潜心研究,改良出药性平和、凉而不寒、养生防病,更适合“烟酒体”体质的“现代凉茶”。

## 全民大PARTY 热爱在一起

6月22日,第三届亚洲沙滩运动会圆满闭幕。作为表达人与自然和谐相处美好愿望的欢乐大PARTY,亚沙会集竞技性和参与性于一体,为群众性体育运动的深入普及和竞技性体育运动的继续发展做出了贡献。

而对于亚沙会高级合作伙伴361°来说,参与亚沙会不仅借助在亚洲仅次于亚运会的沙滩体育盛会,再次聚焦亚洲乃至全球的目光,让参与亚沙会的人们深化对361°品牌认识和增加亲近感,从而提升361°的品牌形象,深化企业理念,在产品领域扩大的同时,更坚定地占有消费者心智。

而这也恰恰是生命周期超过百年的企业的相似之处,就是打造强有力的品牌文化内核,持续践行并深化传播企业文化。

创新营销助力

## 逸动树立“新长安轿车”品牌新高度



客观的说,相对于老牌合资车企,营销一直是自主品牌的一个软肋。而眼下,长安旗下的全新中级车逸动不仅产品“内力”广受肯定,营销推广也受到了业界较为一致的好评。

有评论认为:逸动不仅改变了人们对长安自主轿车的认知,还带动了长安轿车品牌建设的营销变革。

单从营销层面看,吴奇隆为逸动的倾力代言、话剧形式的创意发布、“城市音乐集”等营销推广都不乏亮点。

如从品牌战略的角度观察,逸动所体现出的“大格调、大思路、大手笔”营销风格或将树立“新长安轿车”品牌的新高度。

长安营销团队在逸动营销推广上的“大格调、大思路、大手笔”风格。

对此长安营销团队用20个字对“魅力不止眼前”做出了精彩的注解:实力不张扬、动感不浮躁、坚持不妥协、稳重不停滞。

目前,长安自主品牌轿车已经进入了产品爆发期,逸动上市后今年北京车展长安首款SUV车型CS35及中高级轿车REATON睿骋都已正式亮相,紧凑型轿车悦翔也发布了悦翔V3和悦翔V5两款全新车型,“新长安轿车”的全新产品体系已初步成型。

而在徐留平对于将长安打造成“世界级企业集团”目标中“品牌方面”位列首席可以看出,长安对品牌建设尤其是轿车领域品牌的重视程度。

从早前的以产品卖点和性价比优势为主,到今天逸动以鲜明的品牌定位出发,营销推广兼顾产品的特性和用户的情感、精神需求,长安在产品营销上体现出了新境界。

而作为“新长安轿车”的先锋车型,逸动在品牌打造上的新高度,着实令人期待。

## 与神九“对接” 先锋空调扇引领健康风潮

神九与“天宫一号”成功对接,欧洲杯激战正酣,都让亿万国人燃烧火一般的热情。三伏将至,降温快、健康、节能、时尚成为高科技纳凉家电的必要考虑因素。为此,先锋与时俱进,不断完善空调扇的制作工艺,领先科技与神九“对接”,恰是时机的推出空调扇新品,为您打造最为健康的舒适环境。

航空引擎科技导入设计 制冷毫不手软

神九与“天宫一号”的成功对接,是中国在航天技术上的又一重大突破,足以让13亿中国人民热血沸腾,为之自豪。

笔者走访市内各大大家电卖场,发现很多空调扇品牌都打着“高科技”的旗号。作为不折不扣的高科技空调扇的追随者和行家,消费者李先生对记者说道,“我最中意的是先锋电器新推出的LRL05-11DR空调扇。这款空调扇首创超强COOL引擎,将航空科技引入风轮设计当中,再加上“秘密武器”速COOL绿色冰帘,风力强劲,降温效果明显且飞快,关机自动延时风干功能便是“科技让生活变得更美好”的实例。”

降温与健康 高科技一个都不能少



家有一对双胞胎儿子的家庭主“夫”黄爸爸一脸幸福,在选择空调扇时更看重水泵的品质。“选空调扇时一定要选水泵密封的、能杜绝杂物进入、防止堵塞并且可以清洗的,不然用起来会很麻烦,还会滋生细菌,对家人的健康不利。”黄爸爸选择的是先锋空调扇LRG04-11FR,采用专利水泵,使用起来更方便、更长久。笔者了解到,先锋空调扇配备五层水过滤、六层空气净化系统,具有超强的洁净

效果,不光能净化室内空气,还能持续输送洁净清新空气。还可将机身拆洗,进行全方位清洁,有效杜绝了二次污染。

科技碰撞时尚 先锋彰显生活品质

某跨国企业白领刘小姐对高科技情有独钟。在阅“扇”无数之后,刘小姐最终选择了一款冷风功率仅为65W的先锋空调扇,原因是“这款空调扇外表为雅白色调,跟神九机身的那种白很相近,棱角分明的机身十分具有科技感,可以随心选择风力,几乎听不到噪音,再加上耗能低,让我感受到高科技的大魅力。”

一对80后小夫妻在与笔者分享装修经验的时候说道,居室面积寸土寸金,朋友送了我们一台香槟色的先锋空调扇作为入住新房的礼物。她小巧玲珑却满肚子都是高科技,移动比较灵活,能靠墙使用,非常实在地节省空间,外观线条优美,跟装修风格很搭调。

家电并不是价格越贵越好。在同类产品中,先锋空调扇的科技感和高性价比凸显,款式选择更多,受到很多追求新潮的年轻人和有老人孩子的家庭的青睐,被称为健康家居首选。

## 百万之上展宏图,东风日产启动“北上战略”

东风日产大连整车项目奠基仪式6月25日盛大举行

2012年6月25日,东风日产大连整车项目奠基仪式在大连市保税区隆重举行。该整车项目一期总投资额50亿元人民币,计划于2014年建成投产,形成年产15万辆整车的规模;随着后期的二期建设,未来最终将在大连建成年产30万辆规模整车工厂。

该项目建成后,东风日产将拥有花都、襄阳、郑州、大连四大生产基地,形成“南北纵横、中原鼎立”全新战略布局,成为推动行业增长的第三极力量。

辽宁省和大连市主要党政领导,国家发展和改革委员会产业协调司官员,以及东风汽车公司董事长徐平,总经理朱福寿,日产汽车公司执行副总裁西川广人,东风汽车有限公司总裁中村公泰,东风日产乘用车公司总经理松元史明,副总经理任勇、党委书记周先鹏等领导和嘉宾出席了仪式,共同见证了这一重要时刻。

朱福寿表示,东风日产北上大连既是东风日产事业发展史上的一次战略性跨越,同时也掀开了东风公司事业发展史上的重要篇章。大连整车项目对东风日产形成“南北纵横、中原鼎立”全新战略布局,对东风公司做大做强乘用车事业、对东风与日产合作的深化都具有重要意义。

“中国市场已经成为日产全球最重要的区域市场。大连整车项目是东风和日产创新事业蓝图的重要一步,它标志着日产汽车将全面巩固并扩大在华优势,更好地实现为中国消费者提供最



优质移动生活生活的证明。”西川广人表示。

以长三角为龙头的长江流域、以珠三角为龙头的华南地区一直是中国经济增长的传统“两极”。随着我国经济区和城市群整合发展加速,以环渤海湾为龙头的华北、东北地区正快速崛起,逐渐成为中国经济发展的“第三极”。

作为中国东北地区最大的港口城市,大连更是衔接东北与华北、环渤海经济区与长三角、珠三角经济区的重要枢纽。任勇表示,“以大连整车项目作为起点,东风日产将全面启动‘北上战

略’,让北方市场成为东风日产继华南、中原传统优势市场后推动事业发展的第三极力量。”

就汽车行业的发展前景来看,中国汽车消费的刚性需求依然强劲。2011年,我国汽车产销双超1800万辆,再创全球新高。

中国汽车工业协会数据显示,2012年前5个月累计,汽车产销分别为800.02万辆和802.35万辆,同比分别增长3.19%和1.70%,中国汽车行业正呈现理性增长态势。

作为东风日产“北上战略”的重要开端,大连整车项目规划用地127万平方米,包含冲压、焊装、涂装、树脂和总装五大工艺。其中,一期投入50亿元人民币,计划于2014年建成投产,形成15万辆/年规模,未来最终将建成年产30万辆规模的整车工厂。

业内人士分析,凭借出色的区位优势,东风日产大连整车项目将成为其“北上战略”的绝佳“起跳板”,不仅与中原、华南等传统优势地区遥相呼应,而且东风日产四大基地纵贯南北,有利于发挥更大合力。